



## Études photographiques

21 | décembre 2007  
Paris-New York

---

Regis Durant, Michel Poivert, Ulrich Keller, Pierre-Lin Renié, Thierry Gervais, Marie Chominot, Godehard Janzig, Clément Chéroux, *L'Événement. Les images comme acteurs de l'histoire*

Marta Braun

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/1703>

ISSN : 1777-5302

### Éditeur

Société française de photographie

### Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2007

ISBN : 2-911961-21-8

ISSN : 1270-9050

### Référence électronique

Marta Braun, « Regis Durant, Michel Poivert, Ulrich Keller, Pierre-Lin Renié, Thierry Gervais, Marie Chominot, Godehard Janzig, Clément Chéroux, *L'Événement. Les images comme acteurs de l'histoire* », *Études photographiques* [En ligne], 21 | décembre 2007, mis en ligne le 21 septembre 2008, consulté le 04 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/1703>

---

Ce document a été généré automatiquement le 4 mai 2019.

Propriété intellectuelle

---

# *Regis Durant, Michel Poivert, Ulrich Keller, Pierre-Lin Renié, Thierry Gervais, Marie Chominot, Godehard Janzig, Clément Chéroux, L'Événement.* Les images comme acteurs de l'histoire

Marta Braun

---

## RÉFÉRENCE

Paris, Hazan/Jeu de paume, 2007, 160 p., glossaire, ind., 30 €.

- 1 Notre fréquentation régulière du musée nous porte à considérer que les expositions de photographies relèvent soit du domaine de l'art, soit du documentaire, de la fiction ou de la non-fiction. Il est plus rare d'y voir la culture visuelle en figurer l'enjeu principal. Dans le contexte du musée, nous sommes rarement confrontés à la façon dont les images médiatisent la réalité ou en construisent le souvenir. C'est pourtant bien ce que l'exposition exceptionnelle intitulée "L'Événement", présentée au Jeu de paume entre janvier et avril 2007, exigea de ses visiteurs. Au long d'un parcours en sept salles sur deux niveaux, le spectateur y découvrirait la manière dont la photographie – mais également la gravure, la peinture, le film ou la vidéo – avait représenté, interprété et médiatisé cinq événements : la guerre de Crimée, la conquête de l'air, les congés payés, la chute du mur de Berlin et les attentats du 11-Septembre. L'expérience fut parfois déroutante. Le sous-titre, "Les images comme acteurs de l'histoire", n'expliquait pas les motivations de cette sélection, ni en quoi ces événements étaient liés : aucune cohérence thématique ne

s'imposait d'emblée. Les différentes sections, dont l'agencement ne manquait pas d'élégance, proposaient tout à la fois gravures, photographies, vidéos, peintures et films, mais avec peu d'indications justifiant leur rapprochement. Les panneaux signalétiques étaient si petits et mal encrés qu'ils ne pouvaient être lus par plus de deux personnes à la fois – et la version anglaise était saturée d'erreurs typographiques ou de fautes de grammaire. Dépourvu de toute assistance intellectuelle, invité à errer dans des salles sans repères, le spectateur se voyait imposer la tâche d'attribuer du sens à ce que les cimaises voulaient bien lui présenter.

- 2 Le premier effet de cette liberté fut étonnant. Les photographies, au milieu de peintures et d'autres illustrations du même événement, devinrent des cryptogrammes. Il n'était pas difficile de comprendre les peintures. C'était amusant de regarder les films d'aviation du début du siècle dernier. Les vidéos de la chute du mur de Berlin étaient... des reportages télé de la chute du mur. Quant à la grande icône du 11-Septembre réalisée par Thomas Ruff, elle ressemblait exactement à ce qu'on peut attendre d'un photographe d'art. Mais les autres photographies, ces interprétations prétendument transparentes du réel, si évidentes en apparence, se révélèrent de la plus haute complexité.
- 3 Le catalogue, *L'Événement. Les images comme acteurs de l'histoire*, nous procure l'éclairage dont l'institution nous a privé : il parvient à formuler de manière cohérente une série d'idées compliquées et enchevêtrées. Composé de cinq articles issus de recherches inédites explorant les multiples facettes des fonctions, des contextes et du pouvoir d'attraction des images, le catalogue s'impose comme la brillante démonstration d'une nouvelle approche de l'histoire de la photographie. Dans son introduction, le commissaire de l'exposition, Michel Poivert, analyse la nature de « l'événement » – imprévisible perturbation qui interrompt le cours de l'histoire et définit l'histoire elle-même – et montre comment il se trouve renforcé, construit, ou interprété par l'image. Il aborde également les questions de la circulation des images, du filtre que leur applique notre culture visuelle, puis du contexte de diffusion particulier au sein duquel les images vont finalement façonner les événements dans l'imaginaire collectif. Pour Poivert, la transformation d'un événement en image correspond à la formulation d'un trauma et de son analyse, soit une appréhension de la réalité et des faits qui ne peut se concevoir qu'à travers l'image. Il en conclut néanmoins qu'un événement n'est jamais le contenu de son image. Selon lui, image et événement existent dans une dialectique. Il développe l'idée qu'entre réalité et simulacre s'établit une relation, bien plus qu'une rupture ou une aliénation, et que le caractère indécidable et fortuit de l'événement peut se conjuguer avec sa construction pour former une image.
- 4 Les autres contributions déclinent le même thème. L'étude d'Ulrich Keller sur la guerre de Crimée montre les changements engendrés par l'industrialisation dans la transmission des images. Les reportages de guerre diffusés par la presse illustrée témoignèrent d'une nouveauté radicale. Ils se virent enrichis d'une multitude de détails (d'ordinaire délaissés par la peinture, qui privilégie la synthèse) prétendument authentiques – ils étaient gravés à partir de croquis pris sur le vif ou d'après des photographies – et la date de leur mise en vente coïncida peu ou prou avec celle des événements qu'ils relataient. Les reportages riches et variés de *l'Illustrated London News* montrèrent de terribles images de l'évacuation de troupes meurtries et frigorifiées à l'hiver 1854. Leur aspect anecdotique et subjectif rendit plus bouleversante encore cette description des pertes subies par la Grande-Bretagne. Ces images contribuèrent activement à la chute du gouvernement. La réaction qu'elles provoquèrent au sein de la population fut à ce point violente qu'elle

affecta la reine Victoria elle-même. Celle-ci s'engagea alors dans une tournée des hôpitaux et fit améliorer l'approvisionnement du contingent stationné en Crimée. Rappelons que la presse anglaise était relativement peu sujette à la censure : très suivie par un public lettré, son impartialité affichée s'inspirait de l'exemple d'un système judiciaire qui se voulait objectif et égalitaire. En France, l'État fortement centralisé censurait la presse aussi aisément qu'il contrôlait l'activité artistique par l'intermédiaire de ses Salons et de ses acquisitions. *L'Illustration*, un exemple parmi d'autres de cette presse censurée, vit son iconographie limitée à des informations d'ordre topographique ou chronologique dépourvues de toute complexité ou subjectivité. Des illustrations de « types et physionomies » militaires y apparaissaient ; en revanche les épidémies de typhus et de choléra, pas plus que les pertes endurées par l'armée au cours du rude hiver 1855-1856 ne furent rapportées.

- 5 Si la guerre de Crimée fut la première guerre moderne, elle fut aussi la première à être photographiée, bien que la longueur des temps d'exposition de la plaque humide ne permît d'autre enregistrement que celui des vestiges matériels du conflit. Keller démontre qu'en dépit de la nouveauté de leur supposée véracité, les images de guerre produites par le médium photographique se démarquaient assez peu des autres types d'illustration. Elles eurent cependant un impact neuf et considérable sur les autres arts. L'éditeur anglais Thomas Agnew, qui finança le voyage de Roger Fenton en Crimée, fit fortune en commercialisant des gravures obtenues à partir de portraits d'officiers réalisés par le photographe. Les Salons français qui se succédèrent entre 1855 et 1861 présentèrent des centaines de peintures sur le même thème, toutes acquises par l'État. S'inspirant de photographies ou d'illustrations de presse, ces toiles imposantes avec leur « surabondance d'informations visuelles » révélèrent les limites de la peinture d'histoire. Désormais, l'art académique ne serait plus que le parasite de l'illustration de presse. D'autre part, les panoramas de scènes de guerre, les représentations spectaculaires de batailles, les mises en scène théâtrales des moments critiques du conflit se disaient « empruntés » à l'illustration de presse, ce qui signifie qu'ils pouvaient se prévaloir d'une objectivité et d'une authenticité, peu importe qui les reproduisait et combien de fois ils étaient re-mis en scène. Les représentations répétées de « la chute de Sébastopol » par exemple, marquent, selon Keller, les débuts d'un monde médiatisé dans lequel la représentation authentique d'un événement n'est plus possible.
- 6 Dans un article concis et incisif, Pierre-Lin Renié compare l'avènement de la photographie à celui de la lithographie : deux techniques relativement faciles à maîtriser, d'exécution rapide et reproductibles *ad infinitum*. La forte popularité que connut la lithographie, particulièrement dans les domaines du portrait, de la caricature et des actualités de guerre – ce dont témoigne l'œuvre d'Eugène Guérard – fut de courte durée. Sa production était par nature éphémère : sa valeur commerciale déclinait à mesure que s'estompaient l'effervescence et l'attention suscitées par les événements dépeints (souvent même inventés). Malgré un style conforme à l'esprit académique ambiant, les lithographies, trahies par leur sens de l'immédiateté, étaient privées de toute valeur symbolique ou historique durable. Le développement de l'illustration de presse qui s'ensuivit, de même que celui de l'édition photographique portèrent un coup fatal aux scènes lithographiées.
- 7 Les photographies retraçant la conquête de l'air marquent le moment où un sujet futuriste et une nouvelle technologie se conjuguent pour produire un langage pictural inédit, en même temps qu'un support moderne de diffusion : le magazine. Dans cette histoire relatée par Thierry Gervais, le héros de la conquête n'est pas le pilote mais bien

Léon Gimpel, photographe amateur dont la maîtrise technique lui permit de collaborer plus de trente ans à *L'Illustration*, le plus important des journaux illustrés de la Belle Époque. Gimpel pouvait produire des clichés dans les conditions les plus difficiles. À l'occasion du meeting aérien de Bétheny à la fin de l'été 1909, monté à bord d'un dirigeable, il inversa les modes de prise de vue traditionnels en photographiant les avions, non plus en contre-plongée depuis le sol, mais de haut en bas à partir de la nacelle. *L'Illustration* publia ses clichés sur une double page, un type de mise en pages dont le journal s'était fait une spécialité ; Gimpel, lui, se fit connaître comme le photographe du « point de vue en plongée ».

- 8 Il travailla également pour le périodique *La Vie au grand air*, lancé en 1898. Dans cet hebdomadaire, ses images n'étaient plus mises en pages par un rédacteur en chef, comme dans les autres journaux, mais par un directeur artistique. Un poste qui, selon Gervais, « inaugure l'utilisation d'une nouvelle terminologie professionnelle et développe [...] des conceptions graphiques novatrices qui transforment le journal illustré en magazine ». La relation traditionnelle établie entre image et texte s'inversa, les images investissaient désormais la page tandis que le texte, réduit à des légendes, devait s'accorder graphiquement avec elles. Un type de couvertures et de mises en pages qui convertit le lecteur en consommateur d'images. Exploitant différentes stratégies, telle l'irruption de l'image dans le texte, ou bien l'enroulement des légendes autour de l'image, les mises en pages du magazine démontèrent les systèmes de lecture traditionnels et leur substituèrent un mode de visualisation propre, où l'œil pouvait naviguer, à son gré, au hasard des pages. L'auteur associe cette esthétique et ces effets à l'influence du cinéma. Pour se distinguer de ses concurrents, *La Vie au grand air* adopta les formes du cinéma d'actualité telles qu'elles pouvaient être présentées aux spectateurs du Pathé-Journal. Le magazine développa sur ses doubles pages des séquences de photographies instantanées et numérotées qui reprenaient le mode narratif des actualités. N'hésitant plus à superposer des images et à en accentuer les perspectives, *La Vie au grand air* a largement puisé dans un répertoire d'effets spectaculaires, reconnus de longue date comme inhérents au médium cinématographique.
- 9 Dans son article, Marie Chominot nous explique comment la photographie se fit complice de la création d'un mythe. Les premiers congés payés accordés aux travailleurs par l'effet d'une loi votée en 1936, furent, excepté dans l'espace des médias, un événement sans avènement. Malgré les encouragements du gouvernement et les réductions offertes par les compagnies ferroviaires, l'exode massif qui caractérise nos actuels mois de juillet et d'août ne survint pas avant les années 1950. Les ouvriers n'en avaient ni les moyens ni la mentalité : ces deux semaines de vacances s'apparentaient plus, à leurs yeux, à une succession de dimanches consacrés au jardinage ou à des promenades dans la campagne environnante. Mais comme le souligne Chominot, la seule promulgation de la loi sembla cristalliser la conquête du Front populaire et participer ainsi à l'insatiable mythe du bonheur ouvrier. Construit « sur un mode social et culturel, à la mesure de la disparition du modèle politique », c'est ce mythe qui fut diffusé par les médias, à travers les images de « leurs premières vacances ».
- 10 Ces nouveaux vacanciers se distinguaient nettement par leur pauvreté : celle des bagages, des corps et des vêtements, mais aussi par l'étrangeté de leur mode de déplacement ; bicyclette et surtout tandem ; puis encore par leurs campements de fortune, leurs lieux d'élection ou leurs activités. Or plutôt que de relever ces différences et les nuances d'ordre politique qu'elles matérialisaient, la presse illustrée présenta les nouveaux vacanciers comme elle avait jusque-là montré leurs prédécesseurs, les insérant

dans un tissu social, visuel et culturel préexistant. La tendance des masses à singler les manières et les conventions bourgeoises, en adoptant leurs lieux de villégiature et leurs activités, facilitait grandement le travail des magazines pour intégrer des images d'ouvriers aux scènes de vacances traditionnelles : la plage, la campagne ou les foules sur les quais des gares. Relayée par les médias, mais également présentée à l'Exposition universelle de 1937, une politique de promotion et d'aménagement des congés fraîchement conquis se mit en place. Elle vantait les bienfaits de la culture du corps et la régénération mentale et physique du citoyen. La propagande, destinée à « imposer une norme de vacances », « dessin[ait] le modèle idéal du vacancier » « et forge[ait] une certaine définition des vacances ». L'iconographie classique de la presse illustrée qui avait au départ inspiré cette politique en déclina les motifs. Le « plein air » apparut constamment dans les journaux de gauche comme de droite, thème soudain si populaire, qu'on alla même grappiller dans des fonds d'agence des images qui parfois n'étaient pas contemporaines et ne représentaient pas non plus des ouvriers français. Chominot compare ces images à celles que réalisa Cartier-Bresson en bords de Seine au cours de l'été 1938. Elle note que les photographies de Cartier-Bresson, antidatées de deux ans et localisées à tort en bords de Marne, montraient une réalité tout autre : les ouvriers ne quittaient Paris que pour s'installer dans un périmètre de trente kilomètres alentour, et ils n'avaient guère les moyens de le faire que dans des tentes extrêmement rudimentaires. Les magazines, de leur côté, s'appliquaient à créer, en illustrant un événement inexistant, une imagerie porteuse de l'espoir de vivre mieux et du bonheur ouvrier.

- 11 De même que les images de « leurs premières vacances » dépeignaient un fait qui ne se réalisa que quelques années plus tard, l'image emblématique de la chute du mur de Berlin fut produite à quelques kilomètres de distance du véritable événement. Comment cette image de la porte de Brandebourg au moment de l'assaut du mur devint-elle une icône, s'interroge Godehard Janzing ; comment les acteurs mêmes d'un événement le transforment-ils en moment historique par le biais d'une image ?
- 12 La presse occidentale, attentive aux rumeurs annonçant l'ouverture imminente des postes frontières, installa ses caméras à la porte de Brandebourg, à quelque distance des zones où s'effectuaient les passages transfrontaliers. Selon Janzing, ce furent les médias qui incitèrent la foule à escalader le mur à la hauteur de la porte. Les photographes exploitèrent la valeur symbolique de la porte et de sa victoire en les cadrant en arrière-plan, surplombant la foule. Ils donnèrent ainsi à l'image une portée historique, une signification « dépassant celle de l'instant », comparable aux effets de la peinture d'histoire. Célébrant à l'origine une victoire prussienne, dépouillée de sa déesse par Napoléon pour en être recoiffée après son rapatriement, la porte s'imposait comme une allégorie de la nation. Elle servit de théâtre à une procession célébrant l'accession au pouvoir de Hitler, autant que de symbole à la cité divisée juste avant la construction du mur. Son ouverture officielle consacrant la réunification de l'Allemagne fut un acte d'État, retransmis dans le monde entier.
- 13 Le fusionnement pictural de la foule et de la porte, orchestré par les médias, fit du peuple l'incarnation du mythe de la nation. Il présentait une image condensée « de l'événement politique en phénomène naturel à caractère mythologique » « qu'impose une interprétation univoque du moment historique ».
- 14 L'article de Clément Chéroux montre comment, pour d'autres motifs, certaines images accèdent au rang d'icône, quand d'autres en sont écartées. Pour comprendre « les mécanismes qui ont prévalu au choix des images » du 11-Septembre dans la presse américaine, il a analysé les photographies reproduites sur les unes des journaux dans les

deux jours qui ont suivi les attentats. L'auteur a découvert que 86 % des images publiées pendant ces deux jours « utilisent seulement six images types – l'explosion, le nuage de fumée, l'avion, la ruine, la panique et les trois pompiers hissant le drapeau américain dans les décombres encore fumants – réparties en trente photographies différentes ». Mais Chéroux montre aussi que ce choix restreint fut répété dans la presse européenne et même dans la presse arabe – l'uniformisation s'avéra globale. Pourquoi l'événement le plus photographié de l'histoire du photojournalisme fut-il à ce point jugulé ? Le motif de son inaccessibilité était exclu : des milliers d'images avaient été communiquées par des passants, photographes amateurs ou professionnels et nombre d'entre elles étaient reproduites, jamais sur les unes cependant. Le concept du trauma et de son traitement – la théorie psychanalytique envisageant la répétition « comme une manière d'abrégier un trauma » – ne réglait en rien la question puisque cette répétition ne pouvait s'appliquer à des lecteurs de journaux qui n'en verraient la une qu'une fois. L'autocensure ? Chéroux lui oppose le grand nombre d'images qui ont circulé montrant des blessés, des défenestrés, des corps disloqués et des mourants. Elles avaient bel et bien été publiées, mais en pages intérieures ou encore en vignettes sur les couvertures. Un patriotisme, un respect possible des victimes qui auraient imposé dans une certaine mesure que l'on publie une couverture « convenable » ? Les « images choc étaient bien visibles ; leur diffusion a simplement été indexée sur leur degré de violence ».

- 15 Les changements qui ont affecté l'industrie des médias se sont révélés bien plus parlants. Des rachats d'entreprises et des fusions – liés à la restructuration des médias engagée à la fin des années 1980 –, il ne reste aujourd'hui que cinq grands groupes médiatiques dominant le marché. Ces conglomérats à forte intégration verticale, contrôlant l'ensemble des activités de la production à la diffusion, maîtrisent également la quasi-totalité des médias, depuis les livres jusqu'aux journaux, en passant par la télévision et le cinéma. Dans le cas des journaux, il ressort que les stratégies de marketing et de profit l'ont emporté sur le contenu comme sur la diversité, et que l'uniformisation de l'information s'est imposée tout au long de la chaîne. Les images sont soumises aux mêmes logiques. Les agences photographiques ont été rachetées, ont fusionné ou disparu, alors que « les services photographiques des agences filaires » telles que AP et Reuters, plus fiables financièrement et rompus à l'usage des technologies numériques ont prospéré. En Amérique comme en Europe, ces agences ont fourni toutes les images publiées dans les journaux sondés par Chéroux et dans les magazines – « secteur habituellement occupé par les agences traditionnelles » – qui couvrirent les événements pendant les semaines suivantes. La standardisation systématique, à l'œuvre depuis longtemps dans les multinationales telles que McDonald's ou Nike, a désormais investi le terrain de l'image – un produit comme un autre, soumis à la régulation du marché.
- 16 L'article de Chéroux s'achève par un post-scriptum, une présentation de "Here is New York a democracy of photographs". Cette exposition, datant du printemps 2002, constitue une alternative à la mise au pas des images. 7 000 photos numérisées et imprimées au même format furent exposées et mises en vente dans une galerie improvisée de Soho. Ces prises de vue, réalisées par des amateurs de toute catégorie, loin d'être des icônes, témoignaient d'une approche personnelle. 750 000 personnes visitèrent l'exposition. Un événement.
- 17 Le catalogue comprend en annexe un glossaire très utile associant repères techniques et chronologiques – on aurait aimé avoir également une biographie des auteurs. Pour conclure, je tiens à saluer ce livre comme l'expression d'une *Revenge of the Nerds* :

j'entends par là une revanche des historiens de la photographie. Alors que la plupart des publications d'études visuelles traitent de photographie, très peu sont l'œuvre d'historiens. Ce magnifique travail montre de quoi ils sont capables.